

BIBLIOGRAFÍA

- ROBERTO HERNÁNDEZ SAMPIERE, CARLOS FERNÁNDEZ COLLADO, PILAR BAPTISTA LUCIO: “Metodología de la Investigación”; 5ª Edición, McGraw-Hill, México, 2008.
- E. JEROME McCARTHY: “Comercialización”; 6ª Edición, Editorial El Ateneo, Buenos Aires, 1983.
- MULLINS, DOROTHY; Administración de Marketing; 5th Ed. McGraw-Hill; 2008.
- KOTLER, PHILIP: “Dirección de Mercadotecnia” Ediciones Dian, México, 1985.
- P. ALLEN: “Ventas y Dirección de ventas”; Editorial EDAF, Londres, 1979.
- MINTZBERG, HENRY Y JAMES BRIAN QUINN: “El Proceso Estratégico”; 2ª Edición, Editorial Prentice-Hall, México, 1991.
- PETER, J.H; Comportamiento del Consumidor y Estrategias de Marketing, 7th Ed. McGraw-Hill, 2008.
- THOMPSON, ARTUR: “Dirección Estratégica”; Editorial Irwin, Strickland, 1989.
- WILLIAM J. STANTON, MICHAEL J. ETZEL Y BRUCE J. WALKER ; “Fundamentos de Marketing”; 14th Ed. Editorial Mc-Graw-Hill, 2007
- Instituto Nacional de Estadística.